



Mario Thieme

TV auf Abruf

Lösen Mediatheken das klassische Fernsehen ab?

Mario Thieme

TV auf Abruf

Mario Thieme

TV auf Abruf

Lösen Mediatheken das klassische Fernsehen ab?

Tectum Verlag

Mario Thieme

TV auf Abruf. Lösen Mediatheken das klassische Fernsehen ab?

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019

E-Book 978-3-8288-7250-9

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-4315-8 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlaggestaltung: Tectum Verlag, unter Verwendung des Bildes

234354478 von MimaCZ | shutterstock.com

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation

in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Vorwort

Mit der Ausbreitung des Internets mussten zuerst die Musikwirtschaft und kurze Zeit später auch die Printmedien nach neuen Wertschöpfungsmöglichkeiten suchen. Dieser in beiden Wirtschaftszweigen noch lange nicht abgeschlossene Prozess betrifft zunehmend auch Film und Fernsehen. Unabhängig davon hat das Fernsehgerät noch immer einen dominierenden Platz in vielen deutschen Wohnzimmern. In der jüngeren Generation verändert sich dieses Bild gegenwärtig entscheidend. Multifunktionale Geräte treten an die Stelle der Fernseher, die ihrerseits ein zunehmend breiteres Nutzungsangebot beibehalten. Das duale Rundfunkangebot konkurriert aktuell nicht mehr nur untereinander und mit dem Bezahlfernsehangebot von *Sky*, sondern auch mit einer Vielzahl weiterer Anbieter wie *Netflix*, *YouTube*, Angeboten der *Telekom*, von *Amazon* usw. Der Begriff des Fernsehens beziehungsweise des übergeordneten Rundfunkbegriffs hat sich damit deutlich verändert, ohne dass bisher ein Ende des Wandlungsprozesses absehbar ist.

Auf der Suche nach besseren Einschaltquoten, neuen Wertschöpfungsmöglichkeiten, Verbesserung der Gemeinwohlorientierung und letztlich immer auf der Suche nach Möglichkeiten der Bindung des Publikums an die eigenen Programme entstanden bei allen reichweitenstärkeren Sendern die Mediatheken. Sie halten einen Teil der im Programm gelaufenen Sendungen für die Zuschauer über einen bestimmten Zeitraum hinaus bereit, so dass sie zeitversetzt abgerufen werden können.

Alle im nationalen Free-TV existierenden Mediatheken untersucht Mario Thieme im Rahmen seiner materialreichen Publikation unter dem Aspekt ihrer Nutzung. Der Ausgangspunkt seiner Überlegungen sind die seit Jahren zu beobachtenden Entwicklungen der Verhaltensänderung auf Seiten der Rezipienten. Diese sind immer weniger bereit, sich den Sendeschemata der Programmanbieter zu unterwerfen. Theoretisch nähert sich der Autor dem Thema mit Hilfe des Uses-and-Gratifications-Approach. Da das gesamte von ihm ausgewertete Material auf der Basis dieses Ansatzes erstellt worden ist, fokussiert er sich zu Recht theoretisch wie empirisch auf ihn, auch wenn bereits modernere Forschungsansätze existieren. Insgesamt erlaubt die akribisch recherchierte und sehr materialreiche Studie erstmalig einen breiteren Zugriff auf die Nutzungsrelationen von linearem Fernsehen und den Mediatheken. Sie stellt damit eine wichtige Momentaufnahme der Fernsehnutzung dar.

Prof. Dr. sc. phil. Wolfgang Mühl-Benninghaus

Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung	9
1	Thematischer Hintergrund	9
2	Fragestellung und Struktur der Arbeit	10
3	Forschungsstand	11
II	Perspektivwechsel: Vom passiven zum aktiven Rezipient	13
1	Das Stimulus-Response-Modell.....	13
2	Der Uses-and-Gratifications-Approach	15
2.1	Erste publikumszentrierte Studien	15
2.2	Einführung des Theorieansatzes	16
2.3	Israel-Studie.....	17
2.4	Langzeitstudie Massenkommunikation.....	19
III	Intermediavergleich: Fernsehen vs. Internet	22
1	Fernsehen	22
1.1	Nutzungsmotive und Images.....	22
1.2	Nutzungsdauer und Reichweite.....	25
2	Internet	28
2.1	Nutzungsmotive und Images	28
2.2	Verbreitung.....	31
3	Zwischenfazit	33
IV	Der Trend zum Video-on-Demand.....	35
1	Gestiegene Online-Bewegtbildnutzung	35
2	Technischer Fortschritt.....	36
2.1	Breitband	36

2.2	Flatrates	37
2.3	Internetfähige Endgeräte	38
2.3.1	Smartphones	38
2.3.2	Smart-TVs	39
3	Video-on-Demand-Anbieter	42
3.1	YouTube	43
3.2	Streamingdienste	45
3.3	Mediatheken	49
3.3.1	Einordnung	49
3.3.2	Öffentlich-rechtliche Mediatheken	51
3.3.3	Private Mediatheken	53
3.3.4	Rezeption	56
4	Zwischenfazit	58
V	Empirische Untersuchung: Fernsehen vs. Mediatheken ..	62
1	Vorbemerkungen	62
2	Virale Hits	64
3	Erfolgreiche Sendereihen	66
3.1	ZDF	66
3.2	RTL	68
3.3	VOX	69
3.4	RTL2	70
3.5	Sat.1	71
3.6	ProSieben	72
3.7	kabel eins	74
3.8	Das Erste	75
4	ZDF Mediathek	76
5	Livestreams	77
6	Fazit	79
VI	Schlussbemerkungen ..	82
1	Zusammenfassung	82
2	Ausblick	84

Abbildungsverzeichnis.....	86
Literaturverzeichnis.....	112
Monografien.....	112
Aufsätze in Sammelbänden.....	113
Aufsätze in Zeitschriften.....	114
Nachrichten in Zeitschriften	119
Internetquellen	120